



PRINCIPAIS AÇÕES



ALAGOAS

2023 e 2024



Presidente da República
Luiz Inácio Lula da Silva

Diretor-Presidente da Embratur
Marcelo Ribeiro Freixo

Gerência de Gestão do Gabinete
Bruno Villa de Santana

Gerência de Comunicação (GCOM)
Rafael Mello Rodrigues

Diretoria de Gestão e Inovação (DGI)
Roberto Pedro Krukoski de Azevedo Gevaerd

Gerência de Gestão do Gabinete
Roseane Costa Pereira da Silva

**Diretoria de Marketing Internacional,
Negócios e Sustentabilidade (DMINS)**
Bruno Reis

Gerência de Gestão do Gabinete
Sáskia Freire Lima de Castro

Coordenação de Gestão Estratégica
Carolina Elias Stolf

EQUIPE TÉCNICA DA EMBRATUR

Revisão Técnica
Ângela Braga
Lídice Calixto Moraes
Yure Lobo

Design Gráfico
Natália Bomfim
Ronald Andrade
Maria Eduarda Lopes

**Gerência de Inteligência de Dados e
Competitividade (GIDC)**
Fábio Montanheiro

**Gerência de Negócios e Estratégias
para o Mercado Internacional (GNEI)**
Alexandre Nakagawa

**Gerência de Eventos Internacionais
(GEI)**
Simone Scorsato

**Gerência de Integração de Projetos
(GIP)**
Adriana de Lucena Francisco

**Gerência de Comunicação Internacional
e Gestão de Marca (GCIGM)**
Patrick Leal Costa

**Gerência de Projetos Estruturantes
(GRPE)**
Ana Paula Caetano Jacques

Inteligência de Dados
Cristiano Borges
Daniele Montenegro
Edson Duarte
Paula Schulz
Scarlett Queen Bispo
Theogenes Rocha

An aerial photograph of a vibrant coral reef system. The water is a clear, shallow turquoise, revealing the intricate patterns of the coral. Several small white motorboats are scattered across the reef, and a larger white boat with a canopy is visible in the middle ground. The reef extends from the foreground towards the horizon, where the water deepens into a darker blue. The image is partially obscured by a large green diagonal shape in the top left and an orange diagonal shape in the bottom right.

APRESENTAÇÃO

1



Apresentação

A **Embratur** tem como missão promover a imagem do Brasil no mercado internacional, fomentar negócios e posicionar o destino turístico de maneira competitiva, contribuindo para o desenvolvimento sustentável do país.

Para isso, tem desenvolvido diversas parcerias com atores estratégicos como o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (**Sebrae**), Entidades de Classe e os Órgãos Oficiais de Turismo das Unidades da Federação, dentre outros parceiros relevantes no cenário turístico nacional e internacional.

Por meio destas parcerias, a Embratur tem implementado programas e ações que visam ampliar a promoção e a comercialização internacional dos destinos turísticos brasileiros e, conseqüentemente, elevando a competitividade internacional do setor, contribuindo de forma significativa para o desenvolvimento econômico e sustentável do Brasil.

Neste documento, são apresentadas algumas das principais ações realizadas pela Embratur e seus parceiros estratégicos, em 2023 e 2024, no Estado de Alagoas, com o intuito de promover e apoiar a comercialização internacional de seus destinos turísticos.



ALAGOAS

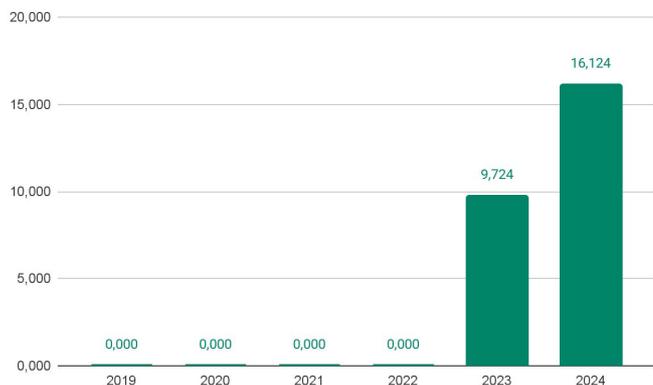
EM NÚMEROS

2

AL em números

Em 2023, Alagoas se tornou uma fronteira internacional. Na ocasião, entraram 9.724 turistas no país por meio do Aeroporto Internacional de Maceió. Quando se comparam as entradas de 2023 e 2024, foram 9.724 em 2023 e 16.124 em 2024, representando um aumento de 65,82%. Há ainda os turistas que entraram por outras unidades federativas e incluíram Alagoas em seus roteiros.

Entradas de turistas estrangeiros por AL



Fonte: Polícia Federal, Ministério do Turismo e Embratur

Ofertas de voos internacionais para AL*

*janeiro a junho de 2025

Cias aéreas: Gol.

Países de origem: Argentina.

Cidades de origem: Buenos Aires.

Quantidade de voos: 36.

Assentos disponíveis: 6.696.

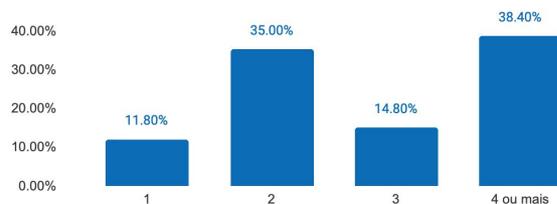
Participação de AL na oferta de voos para o Brasil: 0,09%.

Fonte: Anac e Embratur

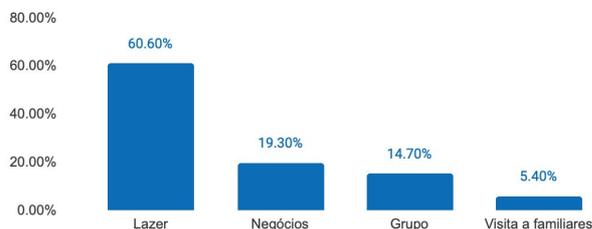


ForwardKeys

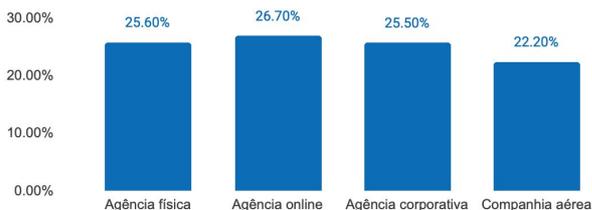
Tamanho do grupo em pessoas (%)



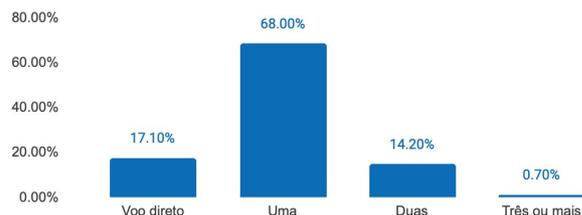
Motivo da viagem (%)



Meio de compra da viagem (%)



Quantidade de conexões até AL (%)



Principais portões de entrada

São Paulo e Rio de Janeiro

Fonte: ForwardKeys e Embratur

Alagoas recebeu turistas aéreos principalmente da Argentina, Chile, Portugal, Uruguai e Paraguai no ano de 2024, destacando-se os aeroportos de São Paulo (59,0%), Rio de Janeiro (21,2%), Natal (10,8%) e Brasília (3,9%) como portões de entrada.

AÇÕES DE APOIO À COMERCIALIZAÇÃO INTERNACIONAL

3



3. Ações de Apoio à Comercialização Internacional

Referem-se às iniciativas estratégicas focadas na facilitação e apoio à comercialização de produtos turísticos brasileiros nos mercados internacionais estratégicos. Estas ações incluem uma variedade de atividades, com o objetivo de criar vínculos, desenvolver relações comerciais e fortalecer a rede de distribuição, junto aos mercados internacionais, e, desta forma, incrementar as vendas e o fluxo de turistas internacionais para o Brasil.

3.1. Famtour

Esta ação faz parte do Programa “Especialistas em Brasil” e consiste em viagens de conhecimento e familiarização, voltadas para operadores e agentes de turismo internacionais, com objetivo de promover o destino Brasil por meio da experimentação. O objetivo é proporcionar uma experiência autêntica e memorável, que possa resultar no desenvolvimento e comercialização de produtos turísticos brasileiros.

3.1.1 . Famtour Alagoas e Rio de Janeiro - 2024

Destino contemplado: Maceió.

Mercados ativados: Argentina e Paraguai.

Segmentos: Multiprodutos, Turismo de Sol e Praia e Turismo Gastronômico.

Principais resultados: este famtour ocorreu no período de 4 a 11 de agosto de 2024, quando os participantes puderam vivenciar uma diversificada gama de atividades, que destacaram a riqueza cultural, as belezas naturais e as infraestruturas de cada destino, proporcionando uma experiência completa e imersiva, nas cidades de Maceió/AL e Rio de Janeiro/RJ. A ação contou com 8 operadores e/ou agentes de viagem, especializados no segmento multiprodutos, com foco especial em lazer e resorts, sendo 4 da Argentina e 4 do Paraguai.



3.2. Press Trip

Esta ação consiste em viagens de conhecimento e familiarização, voltadas para jornalistas, influenciadores digitais, comunicadores e formadores de opinião, com objetivo de promover o destino Brasil por meio da experimentação. O objetivo é proporcionar uma experiência autêntica e memorável, que possa ser posteriormente compartilhada com o público através de artigos, posts em redes sociais, vídeos e reportagens.

3.2.1 . Press Trip para Alagoas - 2023

Destinos contemplados: Maceió, Marechal Deodoro, São Miguel dos Milagres, Barra de Santo Antônio, Piranhas, Olho D 'água do Casado e Pão de Açúcar.

Mercado ativado: Portugal

Segmentos: Turismo Cultural, Turismo de Aventura, Turismo de Sol e Praia, Turismo Gastronômico,

Principais resultados: esta press trip, realizada no período de 23 e 29 de março de 2023 com 5 jornalistas portugueses foi planejada para mostrar a diversidade de destinos e atrativos existentes em Alagoas para além do tradicional turismo de "sol e praia", com passagens por algumas regiões icônicas do estado, como a Costa dos Corais e o Sertão alagoano, além da capital Maceió. O alcance das matérias total dos resultados foi estimado em cerca de 1.164.630 leitores e a valoração de mídia em R\$2.180.347,00.



3.3. Roadshow

Esta ação consiste em uma série de eventos realizados em cidades de diversos países, onde representantes dos destinos turísticos brasileiros se reúnem com operadores de turismo, agências de viagens e outros profissionais do setor, além do público final. O objetivo é fomentar a competitividade e promover a comercialização dos destinos turísticos brasileiros, além de contribuir para a recuperação da imagem do Brasil no mercado global, gerar novos negócios e impulsionar a economia local através do turismo.

3.3.1 . Road Show Visit Brasil América Latina - 2024

Destino contemplado: Estado de Alagoas.

Mercados ativados: Uruguai, Argentina, Chile, Peru, e Colômbia.

Segmentos: Turismo de Sol e Praia, Turismo Cultural, Turismo de Natureza, Turismo de Negócios e Eventos (MICE), Turismo Gastronômico, Turismo de Luxo e Bem-estar (resorts).

Principais resultados: os roadshows resultaram em 438 profissionais do setor turístico internacional impactados presencialmente, ampliando o conhecimento sobre produtos, destinos e serviços do turismo brasileiro.



3.4. Feiras Internacionais

Esta ação consiste na capacitação de coexpositores selecionados e indicados para promoverem a diversidade cultural e natural do país, atraindo turistas, operadores, agentes de viagem e investidores internacionais. Inclui ainda montagem e operacionalização do estande do Brasil em feiras internacionais, como forma de fortalecer as relações comerciais e expandir as oportunidades de negócios no setor turístico brasileiro, nos mercados estratégicos na Europa, América do Norte e América Latina.

Feiras em que houve destaque dos produtos de Alagoas:

Feiras	Ano	Mercado Ativado	Destino Promovido
Seatrade Cruise Global	2024	Estados Unidos	Estado de Alagoas
FITUR Madri	2024	Espanha	Maceió
BTL Lisboa	2024	Portugal	Maceió

3.5. Vitrine Visit Brasil

Esta ação tem como objetivo estruturar um portfólio de experiências turísticas de alta competitividade para o turismo internacional. Esse portfólio é composto por 101 (cento e uma) experiências em segmentos prioritários, distribuídas nas cinco macrorregiões brasileiras e em 52 destinos turísticos nacionais.

3.5.1 - Experiência: Tour de artesanato e Renda Filé no Pontal da Barra

Destino: Maceió

Capturar imagens (foto e vídeo) dos visitantes admirando, provando e comprando as rendas no Pontal da Barra.

3.5.2 - Experiência: Imersão Cultural e Walking Tour pela Maceió Preta

Destino: Maceió

Capturar imagens (foto e vídeo) dos visitantes em um Walking Tour (caminhada) no bairro do Jaraguá mostrando o patrimônio arquitetônico.

3.5.3 - Experiência: Visitação aos Peixes-Boi Marinhos

Destino: Maceió - Porto de Pedras

Capturar imagens (foto e vídeo) dos visitantes observando os peixes boi preservados em Porto de Pedras (Praia de Tatuamunha).



Experiência: Tour de artesanato e Renda Filé no Pontal da Barra

A large, leafy tree dominates the center of the image. In the background, a traditional thatched hut is visible. Two women are walking on a path to the left, and a man is standing on a platform to the right. The scene is set outdoors with a clear sky.

AÇÕES DE PROMOÇÃO NOS MERCADOS INTERNACIONAIS

4

4. Ações de Promoção nos Mercados Internacionais

Referem-se às iniciativas focadas em aumentar a notoriedade e atratividade dos destinos e produtos turísticos brasileiro nos mercados internacionais estratégicos. Estas ações são essenciais para posicionar o destino no cenário global e atrair turistas de diferentes regiões. O objetivo é aumentar a visibilidade do destino Brasil, fortalecer a sua imagem como um país autêntico, diverso e sustentável, no mercado internacional e, assim, atrair um maior número de visitantes.

4.1. Campanhas Promocionais Segmentadas

Esta ação consiste na promoção internacional da imagem do Brasil, em mercados internacionais estratégicos, visando incrementar a entrada de visitantes internacionais, contribuindo para potencializar o ingresso de divisas e aumentar a relevância do turismo internacional na geração de empregos e renda.

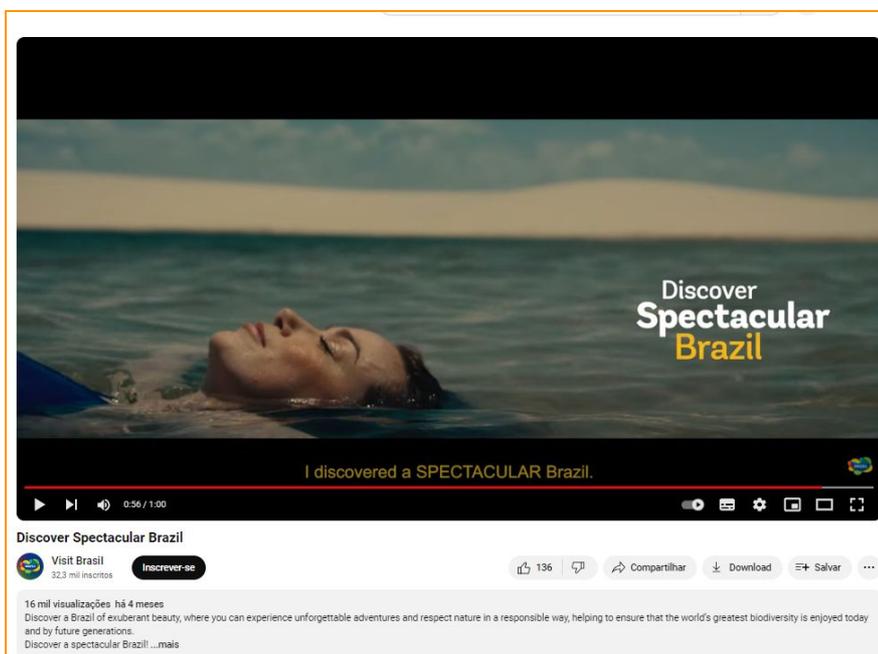
4.1.1. Campanha Promocional Europa - 2023

Destino contemplado: Maceió.

Mercados ativados: Alemanha, Espanha, França, Holanda, Portugal, Reino Unido e Suíça.

Segmentos: Turismo de Aventura, Turismo de Sol e Praia, Turismo Cultural e Ecoturismo.

Principais resultados: a campanha foi promovida no mercado europeu, em canais online e offline, no período de 06 de outubro a 30 de novembro de 2023. Foi traduzida para 5 idiomas a fim de se comunicar adequadamente com os mercados-alvo. Estima-se ter alcançado mais de 20 milhões de pessoas durante todo o período da campanha, com uma entrega de + de 130 mil inserções. No geral, a iniciativa produziu mais de 83 milhões de impressões e mais de 652 mil cliques.



4.2. Ações Promocionais Digitais

Esta ação consiste no desenvolvimento de estratégias de mídia digital tendo o Visit Brasil como anunciante e seus canais digitais como destino, utilizando anúncios pagos em plataformas como Google Ads, YouTube, Meta (Facebook e Instagram), TikTok e Pinterest, focadas nos mercados internacionais estratégicos.

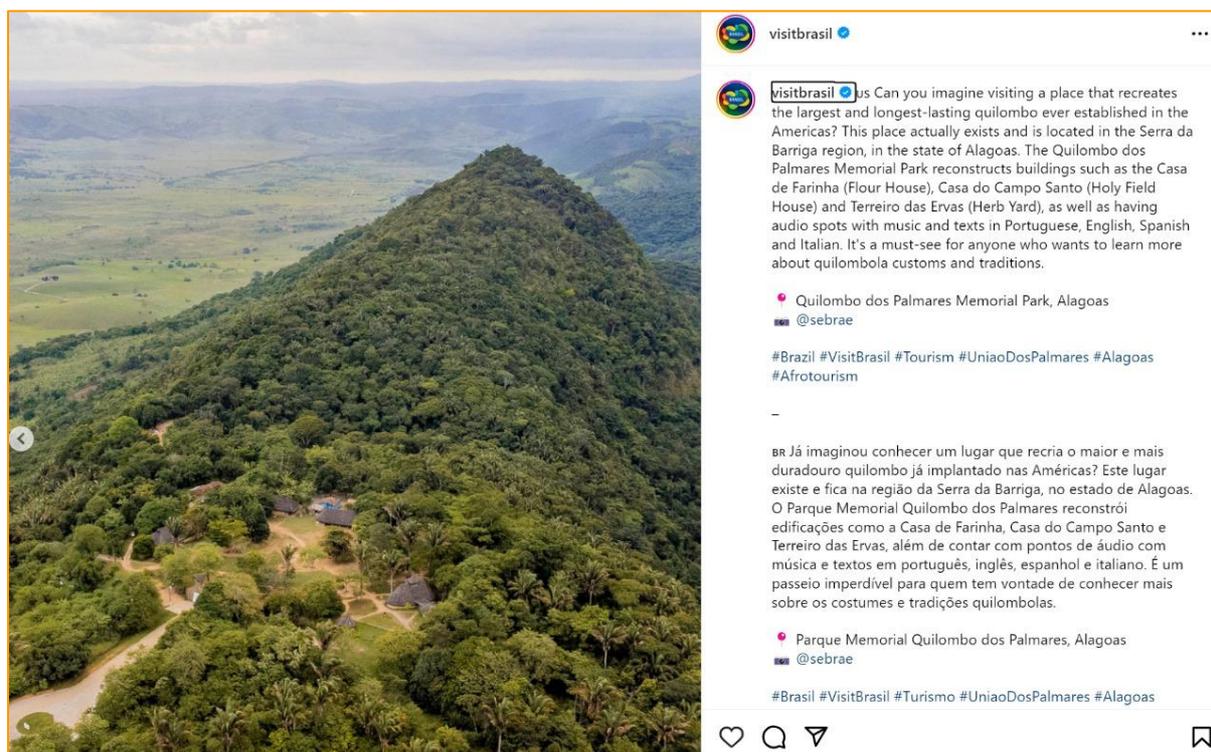
4.2.1 Campanha Always On - 2024

Destinos contemplados: Maceió e União dos Palmares.

Mercados ativados: Estados Unidos, Argentina, Paraguai e Chile.

Segmentos: Turismo de Natureza, Turismo de Sol e Praia; Turismo Esportivo, Turismo Cultural; Turismo Gastronômico e Turismo de Eventos (MICE).

Principais resultados: Aumento em 274% de visitas ao site do Visit Brasil. Público alcançado: 1.791.296. Visualizações nos vídeos do Visit Brasil: 2.829.976.



An aerial photograph of a large resort swimming pool complex. The complex features several interconnected swimming pools of various shapes and sizes, including a large central pool and several smaller ones. A prominent blue and white water slide is visible in the lower-left quadrant. The pool area is surrounded by numerous white lounge chairs, white umbrellas, and palm trees. In the background, a large resort building with a brown roof is visible, set against a backdrop of lush greenery and hills. The image is overlaid with a teal and orange graphic design on the right side.

**OUTRAS AÇÕES
REALIZADAS:**

5

5. Outras ações

5.1. Workshop de Capacitação Nacional

Esta ação consiste na capacitação e preparação do mercado nacional para melhoria da competitividade internacional, por meio de workshops realizados nas Unidades da Federação, com conteúdos relacionados ao comportamento dos viajantes, inteligência de mercado, tendências em viagem e mercados estratégicos, entre outros temas.

5.1.1. Workshop “Conexão Embratur - Guia para a Competitividade e Promoção Internacional do Turismo” - 2023

Workshop de capacitação nacional, realizado em Delmiro Gouveia, no dia 05 de outubro de 2023, abordou temas como competitividade turística internacional, gestão de pequenos negócios turísticos, promoção internacional, diversidade, entre outros.

Destino contemplado: Delmiro Gouveia.

Participantes: 62 participantes.



5.2. Banco de Imagens

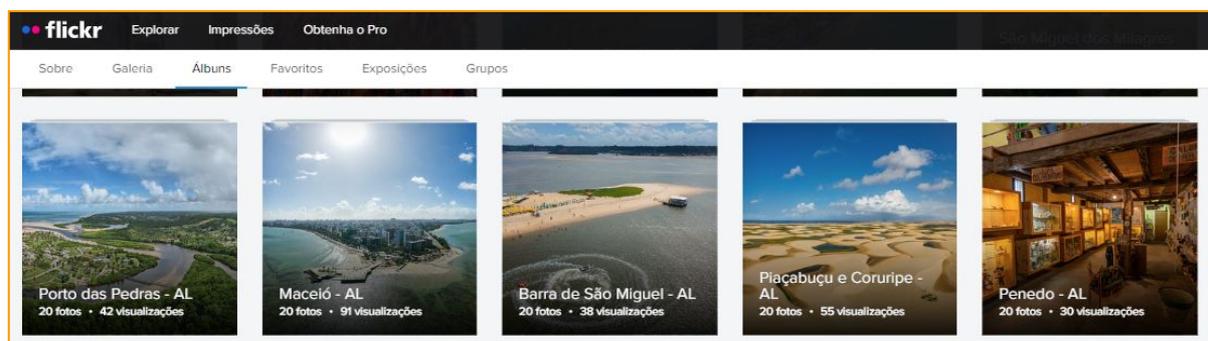
Esta ação consiste na captação de imagens de experiências de turismo com foco na promoção turística internacional. As imagens captadas poderão ser usadas e usadas (editadas em formas e objetivos distintos) de acordo com necessidades e oportunidades de provimento de conteúdos para ações internacionais diversas.

5.2.1. Banco de Imagens de Destinos Brasileiros - 2023:

Cessão de uso de 20 fotos tratadas e em alta resolução de experiências turísticas selecionadas.

Destinos contemplados: Maceió, Maragogi, União dos Palmares, São Miguel dos Milagres, Japaratinga, Porto das Pedras, Barra de São Miguel e Penedo

Segmentos: Turismo de Sol e Praia, Turismo Cultural, Turismo Gastronômico, Turismo de Negócios e Eventos (MICE), Ecoturismo e Turismo de Aventura.



5.3. Relatórios e Estudos

Esta ação consiste na elaboração de relatórios e estudos de inteligência, que são documentos analíticos e investigativos elaborados para a tomada de decisões estratégicas, uma vez que oferecem uma análise aprofundada de dados e tendências, bem como previsões sobre cenários futuros.

5.3.1. Relatório de Mercados Estratégicos

2023: Jornada do Turista Internacional (Capítulo Alagoas).

